باب 6

کاروبار کی سماجی ذمے داری اور کاروباری اخلاقیات

سیکھنے کے مقاصد

اس باب کے مطالعہ کے بعد آپ:

- سماجی ذمہ داری کے تصور کی تشریح کرسکیں گے
- سماجی ذمہ داری کی ضرورت پر گفتگو کرسکیں گے
- مختلف مفادات رکھنے والے گروپوں کے تئیں سماجی ذمہ داری کی شناخت کرسکیں گے
- ماحولیاتی تحفظ اور کاروبار کے درمیان تعلق کا تجزیہ کرسکیں گے
- کاروباری اخلاقیات کے تصور کی تعریف کرسکیں گے اور اس کے اجزاء کو بیان کرسکیں گے۔

منی رتنم ایک نوجوان صحافی ہے جو اپنے اخبار میں چھ ماہ سے کاروباری اداروں کے ان غلط کاموں کے بارے میں لکھ رہا ہے جس میں گمراہ کن اشتہارات، ملاوٹی اشیاء کی سپلائی، کام کرنے کے لئے برے حالات، ماحولیاتی آلودگی، رشوت خور سرکاری افسران وغیرہ جیسے مسائل شامل ہیں۔ اسے یہ یقین ہو چلا ہے کہ کاروباری لوگ پیسہ کمانے کے لے کچھ بھی کر سکتے ہیں پھر اس کو ایک بڑی ٹرک بنانے والی کمپنی کے چیئرمین مسٹر من جھن جھن والا سے انٹرویو لینے کا موقع ملا جو کہ گاہکوں، سرمایہ کاروں، ملازمین اور سماج کے دوسرے گروپوں کے ساتھ پاک صاف معاملات رکھنے کے لئے معروف ہیں انٹرویو سے منی رتنم نے سمجھ لیا کہ ایک کاروباری ادارے کے لئے ممکن ہے کہ وہ سماجی طور پر ذمہ داری اور اخلاقی طور پر درست رہ کر بھی زیادہ منافع حاصل کر سکتا ہے۔ اس کے بعد وہ کاربار کی سماجی ذمہ داری اور کارباری اخلاقیات کا اور زیادہ مطالعہ کرنے میں مشغول ہو گیا۔

6.1 تعارف

ایک کاروباری ادارے کو اس طرح کاروبار کرنا اور پیسہ کمانا چاہئے جس سے سماج کی توقعات پوری ہو سکیں۔ سماج میں رہ رہے ہر فرد کی سماج کے تئیں چند ذمہ داریاں ہوتی ہیں۔ ایک کاروباری ادارے کو صنعتی یا کاروباری سرگرمیاں انجام دے کر منافع کمانے کی اجازت سماج کے ذریعہ ملتی ہے لیکن یہ کاروباری ادارے کی ذمہ داری ہے کہ وہ ایسا کوئی کام نہ کرے جو سماج کے نقطۂ نظر سے ناپسندیدہ ہو۔ ملاوٹی اشیاء کی پیداوار اور فروخت، گمراہ کرنے والے اشتہارات بنانا، واجب ٹیکسوں کی ادائیگی نہ کرنا، ماحول کو آلودہ کرنا اور کارکنوں کا استحصال کرنا، سماجی طور پر ناپسندیدہ کاموں کی چند مثالیں ہیں جو کہ ادارے کے منافع میں تو ضرور اضافہ کرتی ہیں لیکن سماج کو بری طرح متاثر کرتی ہیں دوسری طرف اچھے معیار کی اشیاء کی سپلائی، کام کا صحت مند ماحول بنانا، واجب ٹیکسوں کی ادائیگی ٹھیک طور پر کرنا، فیکٹری میں آلودگی کنٹرول کرنے والے آلات نصب کرنا اور گاہکوں کی شکایات پر توجہ دینا سماجی طور پر پسندیدہ کاموں کی چند مثالیں ہیں جن سے ادارے کی بہتر شبیہ بنتی ہے اور اسے منافع بھی حاصل ہوتا ہے درحقیقت کاروباری ادارہ پائیدار کامیابی سماجی ذمہ داری پوری کر کے اور اخلاقی طور پر درست رویہ اختیار کر کے ہی حاصل کر سکتا ہے۔

6.2 سماجی ذمہ داری کا تصور

کاروبار کی سماجی ذمہ داری سے مراد اس کے ان فیصلوں کو لینے اور ان کاموں کو انجام دینے کی ذمہ داری سے ہے جو کہ ہمارے سماج کی اقدار اور مقاصد کے لحاظ سے قابل قبول ہوں۔ کاروباری اداروں کی سماجی ذمہ داریوں کے مفروضہ سے مراد یہ ہے کہ وہ سماج کی توقعات کا احترام کرنے اور اپنے مالی مفادات کے ساتھ ان توقعات کو بہترین طریقے سے پورا کرنے کی کوششیں کریں۔ یہ تصور اس عام رائے کے برعکس ہے کہ

کاروبار کا مقصد صرف زیادہ سے زیادہ منافع کمانا ہوتا ہے اور عوامی بھلائی کی بات کرنا ہی بے جا ہے، اس کا یہ مطلب ہے کہ کوئی بھی ذمہ دار کاروبار بلکہ سماج کے ہر ذمہ دار فرد کو دوسروں کی زندگیوں پر پڑنے والے اثرات کو مدنظر رکھ کر اپنے کاموں کو انجام دینا چاہیے۔

لہذا کاروبار کی سماجی ذمہ داری کاروبار کی قانونی ذمہ داری کے مقابلہ میں زیادہ وسیع ہے۔ قانونی ذمہ داری کو محض قانون پر عمل کر کے پورا کیا جاسکتا ہے، سماجی ذمہ داری اس سے کہیں زیادہ ہے۔ کیونکہ اس میں فرم کے ذریعہ نہ صرف ان ذمہ داریوں کی شناخت شامل ہے جو کہ قانون کے تحت نہیں آتی ہے بلکہ فرم کو ان ذمہ داریوں کو بھی پورا کرنا ہوتا ہے جو کہ قانوناً پوری کی جانی ضروری ہیں، دوسرے الفاظ میں کہہ سکتے ہیں کہ سماجی ذمہ داری میں کاروباری لوگوں کی جانب سے سماجی مفاد کی خاطر ایک رضا کارانہ عمل کا عنصر شامل ہوتا ہے۔

6.3 سماجی ذمہ داری کے لئے ضرورت

سماجی ذمہ داری کے لئے کیا جانے والا درست کام کیا ہے؟ کیا کاروباری ادارے کو مالکان کے فائدے کے لئے چلایا جانا چاہیے جو کہ زیادہ سے زیادہ منافع کمانا چاہتے ہیں یا پھر اس کو سماج کے دیگر طبقات جیسے گاہکوں، ملازموں، سپلائروں بستی کے لوگوں اور حکومت کے مفاد کو پورا کرنے کے لئے ذمہ داری نبھانی چاہیے؟ سماجی ذمہ داری کا مطلب ہی یہ ہے کہ یہ بنیادی

کارپوریٹ کی سماجی ذمہ داری (سی ایس آر)

کاروباری ادارے کی ہر ایک قسم (تنہا ملکیت، شراکت داری، مشترکہ ہندو خاندان امداد باہمی یا ایک کمپنی) کی ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ سماجی طور پر پسندیدہ طریقے سے کام کرے۔ سی ایس آر کے تصور نے موجودہ دور میں خاص طور پر ایک کمپنی کے حوالے سے مقبولیت حاصل کی ہے۔ سی ایس آر کی تعریف میں کہا جاسکتا ہے کہ اس سے مراد قدرتی ماحول، طبقات، عوام اور اخلاقی اقدار کا احترام کرتے ہوئے کاروباری کامیابی حاصل کرنا ہے۔ سی ایس آر کا مطلب سماج کی قانونی، اخلاقی، کاروباری اور دیگر توقعات پر توجہ دینا ہے جو وہ کارپوریٹ سے رکھتی ہے کارپوریٹ کو چاہیئے وہ تمام لوگوں کے مطالبات سے مناسب توازن رکھنے والے فیصلوں اور کاموں کو ان کے سامنے رکھے، ان لوگوں میں حصہ داران، قرض خواہ، مدمقابل، کارکنان، حکومت اور معاشرہ شامل ہیں۔

سی ایس آر کے نظریہ کے مطابق یہ پوری کمپنی میں کی جانے والی فیصلہ سازی، مطالبات کی بھرپائی اور کاروباری سرگرمیوں میں منظّم پالیسیوں، طریقہ ہائے کار اور پروگراموں کا ایک قابل فہم خاکہ ہے اور یہ ہر اس جگہ کارفرما ہے جہاں کمپنی کاروبار کرتی ہے اور اس میں حال اور ماضی کے کاموں اور مستقبل کے اثرات کی ذمہ داری شامل ہوتی ہے۔

طور پر ایک اخلاقی مسئلہ ہے۔ کیونکہ اس میں فرم کی ذمہ داریوں سے متعلق اخلاقی طور پر غلط اور صحیح کا سوال شامل ہوتا ہے۔ سماجی ذمہ داری میں تاجر کی جانب سے رضا کارانہ عمل کا جز بھی ہوتا ہے کہ جو کہ ان ذمہ داریوں کو پورا کرنے یا نہ کرنے کے لئے آزاد ہوتے ہیں۔ سماج کے مختلف طبقات کی خدمت انھیں کس حد تک کرنی ہے اس کا فیصلہ کرنے کے لئے بھی وہ اپنی آزادی کا استعمال کر سکتے ہیں، کاروبار کو سماجی ذمہ داریاں پوری کرنی چاہئیں یا نہیں اس پر لمبے عرصہ سے بحث ومباحثہ ہو رہا ہے، چند لوگوں کا پکا یقین ہے کہ فرم کی سماجی ذمہ داری صرف اس کے مالکان کے تئیں ہے جبکہ چند دیگر لوگوں کا نظریہ اس کے برعکس ہے وہ یہ جواز پیش کرتے ہیں کہ فرم کی سماجی ذمہ داری معاشرہ کے ان تمام طبقات کے تئیں ہے جو کہ اس کے فیصلوں اور کاموں سے متاثر ہوتے ہیں، اس لئے کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے تصور کی موافقت اور مخالفت میں دیئے گئے دلائل کو سمجھنا ضروری ہوگا۔

6.3.1 سماجی ذمہ داری کی موافقت میں دلائل

(i) بقا اور ترقی کے لئے جواز: کاروبار کے قیام کا مقصد اشیاء اور خدمات کی فراہمی کے ذریعہ انسانی ضروریات کو مطمئن کرنا ہے جبکہ منافع کا مقصد کاروباری ادارے کے کاموں کے لئے ایک اہم وجہ جواز ہے لیکن پھر بھی اس کو لوگوں کو پیش کی جانے والی خدمت کے بدلے میں ملنے والا فائدہ ہی ماننا چاہیے۔ درحقیقت کاروبار کی خوشحالی اور ترقی معاشرہ کی مسلسل خدمت سے ہی ممکن ہوتی ہے۔ اس طرح کاروبار کی سماجی ذمہ داری کا مفروضہ اس کی بقا اور ترقی کے لئے جواز پیش کرتا ہے۔

(ii) فرم کا طویل مدتی مفاد: ایک فرم اور اس کی شبیہ لمبے عرصہ میں اس صورت میں زیادہ سے زیادہ منافع حاصل کر سکتی ہے جبکہ یہ اپنے اعلیٰ ترین مقصد کو پورا کر لے، یہ اعلیٰ ترین مقصد ہے ''معاشرہ کی خدمت''۔ جب بڑی تعداد میں سماج کے ممبر (جن میں کارکنان، صارفین، حصہ داران، سرکاری افسران وغیرہ شامل ہیں) یہ محسوس کرتے ہیں کہ ادارہ ان کے بہترین مفاد کو پورا نہیں کر رہا ہے تو پھر وہ اس ادارے کے ساتھ تعاون نہیں کرتے۔ اس لئے یہ فرم کے خود اپنے مفاد میں ہے کہ وہ سماجی ذمہ داریوں کو پورا کرے۔ جب کوئی فرم سماجی مقاصد کو پورا کرتی ہے تو اس کی عوامی شبیہ بھی بہتر ہوتی ہے۔

(iii) حکومت کے ضوابط سے احترازیا ان سے بچنا: تاجر کے نقطۂ نظر سے حکومت کے ضوابط ناپسندیدہ ہوتے ہیں کیونکہ وہ آزادی پر پابندی لگاتے ہیں اس لئے یہ مانا جاتا ہے کہ تاجر رضا کارانہ طور پر سماجی ذمہ داریوں کو پورا کر کے حکومت کے ضوابط سے بچ سکتا ہے اور اس سے نئے قوانین کی تشکیل کی ضرورت میں بھی کمی واقع ہوتی ہے۔

(iv) معاشرہ کی دیکھ ریکھ: یہاں یہ دلیل دی جاتی ہے کہ تمام ممکنہ حالات کے لئے قانون نہیں بنائے جا سکتے۔ جن

لوگوں کو یہ محسوس ہوتا ہے کہ وہ کاروبار سے اپنے واجبات حاصل نہیں کر پا رہے ہیں تو پھر ایسے لوگ غیر سماجی حرکات میں ملوث ہو جاتے ہیں جس سے کاروبار کا خود اپنا نقصان بھی ہو سکتا ہے، اس لئے اچھا ہے کہ کاروباری ادارے اپنی سماجی ذمہ داریاں نبھائیں۔

(v) کاروبار کے پاس وسائل کی دستیابی: اس دلیل کے مطابق کہ کاروباری اداروں کے پاس قیمتی مالی اور انسانی وسائل ہوتے ہیں جن کا استعمال مسائل کو مؤثر طور پر حل کرنے کے لئے کیا جا سکتا ہے، مثلاً کاروبار کے پاس بہت زیادہ انتظامی صلاحیت، مالیاتی وسائل اور کاروباری سرگرمیوں کو منظم کرنے کا برسوں کا تجربہ ہوتا ہے۔ اس سے سماج کو اپنے مسائل کو بہتر طور پر حل کرنے میں مدد مل سکتی ہے کیوں کہ اس کے یعنی کاروبار کے پاس بہت بڑی مقدار میں مالی اور انسانی وسائل ہوتے ہیں۔

(vi) مسائل کو مواقع میں تبدیل کرنا: یہ دلیل گزشتہ دلیل سے تعلق رکھتی ہے اس میں کہا جاتا ہے کہ کاروبار کی تاریخ رہی ہے کہ اس نے پرخطر صورتحال کو منافع بخش سودوں میں تبدیل کیا ہے اس لئے یہ نہ صرف سماجی مسائل کو حل کر سکتا ہے بلکہ چیلنج کو قبول کر کے انھیں مؤثر طور پر مفید بنا سکتا ہے۔

(vii) کاروبار کرنے کے لئے بہتر ماحول: کاروبار کو ایک مختلف النوع اور پیچیدہ مسائل سے بھرے ہوئے سماج میں کام کرنا ہوتا ہے اور اس لئے کامیابی حاصل کرنے کا بہت تھوڑا موقع ہوتا ہے۔ اس لئے یہ دلیل دی جاتی ہے کہ ضروریات کو پورا کرنے کے لئے کاروباری نظام کو کچھ کرنا چاہیے اس سے پہلے کہ اس کا سابقہ اسی صورتحال سے پڑے کہ جب بہت سی سماجی بیماریوں کے باعث اس کی اپنی بقا خطرے میں پڑ جائے۔ ایک ایسا سماج جس میں چند ہی مسائل ہوتے ہیں فرم کو اپنا کاروبار کرنے کے لئے بہتر ماحول فراہم کرتا ہے۔

(viii) سماجی مسائل کے لئے کاروبار کو ذمہ دار ٹھہرانا: یہ دلیل دی جاتی ہے کہ کچھ سماجی مسائل یا تو کاروباری اداروں نے خود پیدا کئے ہیں یا انھیں بڑھایا ہے۔ ماحول کی آلودگی، کام کرنے کی غیر محفوظ جگہیں، سرکاری اداروں میں بدعنوانی اور روزگار میں امتیازی سلوک ان مسائل کی چند مثالیں ہیں اس لئے یہ کاروبار کی اخلاقی ذمہ داری ہے کہ وہ ان مسائل کو حل کرنے میں حصہ لے نہ کہ محض دیگر سماجی ایجنسیوں سے اس بات کی توقع کرے کہ وہ ان مسائل کو خود ہی حل کر لیں گی۔

6.3.2 سماجی ذمہ داری کی مخالفت میں دلائل:

سماجی ذمہ داری کی مخالفت میں دیئے جانے والے اہم دلائل حسب ذیل ہیں:

(i) زیادہ سے زیادہ منافع کمانے کے مقصد کی خلاف ورزی: اس دلیل کے مطابق کاروبار کا وجود صرف اس لئے ہے کہ زیادہ سے زیادہ منافع کمایا جائے۔ لہذا سماجی ذمہ داری کی کوئی بات کرنا اس مقصد کے خلاف ہے۔ درحقیقت کاروبار کارگزاری میں اضافہ اور لاگتوں میں کمی کرکے زیادہ

سے زیادہ منافع کما کر اپنی سماجی ذمہ داری کو بہترین طریقہ سے پورا کرسکتا ہے۔

(ii) صارفین پر بوجھ: یہ دلیل دی جاتی ہے کہ آلودگی پر کنٹرول اور ماحولیاتی تحفظ جیسی سماجی ذمہ داریاں بہت مہنگی ہوتی ہیں اور ان کے لئے اکثر بہت زیادہ مالی سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے ایسے حالات میں اس بات کا امکان ہے کہ کاروباری لوگ سماجی ذمہ داری کے اس بوجھ کو صارفین پر ان سے زیادہ قیمتیں وصول کر کے منتقل کردیں بجائے اس کے کہ وہ اسے خود برداشت کریں، اس لئے سماجی ذمہ داری کے نام پر صارفین سے ٹیکس وصول کرنا غیر مناسب ہے۔

(iii) سماجی ہنرمندی کی کمی: تمام سماجی مسائل کو کاروباری مسائل کی طرح حل نہیں کیا جاسکتا، درحقیقت کاروباری لوگوں کو بھی سماجی مسائل حل کرنے کی ضروری سمجھ اور تربیت حاصل نہیں ہوتی۔ اس لئے اس دلیل کے مطابق سماجی مسائل کو دوسری ماہر ایجنسیوں کے ذریعہ حل کیا جانا چاہیے۔

(iv) عوامی حمایت کی کمی: یہ دلیل بھی دی جاتی ہے کہ عام طور سے عوام سماجی پروگراموں میں کاروبار کی شمولیت یا مداخلت پسند نہیں کرتے ہیں، اس لئے کاروبار عوام کے اعتماد اور تعاون کی کمی کے باعث سماجی مسائل کو حل کرنے میں کامیاب نہیں ہوسکتا۔

6.3.3 سماجی ذمہ داری کی حقیقت:

سماجی ذمہ داری کی موافقت اور مخالفت میں دیئے گئے مندرجہ بالا دلائل کی بنیاد پر کوئی بھی تعجب میں پڑسکتا ہے کہ درحقیقت کاروباری لوگ آخر کرتے کیا ہیں۔ کیا ان کی توجہ کا مرکز زیادہ سے زیادہ منافع کمانا ہوتا ہے؟ یا وہ سماجی مقاصد کی حمایت کرتے ہیں؟ حقیقت یہ ہے کہ کاروباری لوگوں کے رویہ میں آنے والی ایک اہم موجودہ تبدیلی سے ان پر اس بات کا انکشاف ہوا ہے کہ اب انھیں اپنے وجود کو قائم رکھنے کے لئے منافع کمانے کے ساتھ سماجی ذمہ داریوں کو بھی پورا کرنا ہوگا۔ بے شک اس احساس یا انکشاف کا ایک جز حقیقی نہیں ہے اور یہ صرف زبانی ہے جو کہ نجی ادارے کی بقا کو یقینی بنانے کے لئے ضروری سمجھا جاتا ہے لیکن اس سے انکار نہیں کیا جاسکتا ہے کہ نجی کاروبار بھی جزوی طور پر اس سچائی کو پہچانتے اور محسوس کرتے ہیں کہ ایک نجی فرم کو بھی ایک جمہوری سماج کے مطالبات کو پورا کرنا پڑتا ہے جہاں تمام لوگوں کو چند انسانی حقوق حاصل ہوتے ہیں اور اس لئے وہ کاروبار سے ایک ذمہ دارانہ طرزِ عمل کی مانگ کرسکتے ہیں۔ جب تک کاروبار اپنے گھر کو ٹھیک نہیں کرتا، اپنی شکل وصورت میں تبدیلی نہیں کرتا اور سماجی عضو ہونے کے اپنے کردار کو نبھانے کی تیاری نہیں کرتا اس کے لے کامیابی حاصل کرنا مشکل ہے۔ یہاں پر ان قوتوں اور عوامل کا سمجھنا ضروری ہوگا جو کہ کاروباری لوگوں کو اپنی ذمہ داریوں پر توجہ دینے کی ترغیب دیتے ہیں اور ان پر ان ذمہ داریوں کو پورا کرنے کا دباؤ ڈالتے ہیں۔ ان میں سے چند اہم مندرجہ ذیل ہیں۔

(i) عوامی ضابطہ کا اندیشہ: آج کے دور کی جمہوری طور

پر منتخب شدہ حکومتوں سے توقع کی جاتی ہے کہ وہ فلاحی ریاستوں کی مانند کام کریں گی جہاں انھیں سماج کے تمام طبقات کی نگہداشت کرنی ہوگی۔ اس طرح جہاں کاروباری ادارے سماجی طور پر غیر ذمہ دارانہ طریقے سے کام کرتے ہیں وہاں لوگوں کے مفاد کے تحفظ کی خاطر انھیں باضابطہ کرنے کے لئے اقدام کئے جاتے ہیں۔ یہ عوامی ضابطہ کا اندیشہ ایک اہم وجہ ہے جس کے باعث کاروباری ادارے سماجی ذمہ داری کو پورا کرنے پر خاص توجہ دیتے ہیں۔

(ii) مزدور تحریک کا دباؤ: گذشتہ صدی سے مزدور زیادہ تعلیم یافتہ اور منظّم ہو گئے ہیں اس لیے مزدور تحریک کام کرنے والے طبقہ کے لئے فوائد حاصل کرنے کی خاطر تمام دنیا بہت طاقتور ہوگئی ہے اس سے کاروباری اداروں پر کارکنان کی فلاح و بہبود پر توجہ دینے کے لئے دباؤ میں اضافہ ہوا ہے اب وہ 'رکھو اور نکالو' (hire and fire) کی پالیسی پر عمل نہیں کر سکتے جس کے تحت وہ مزدوروں کے ساتھ اپنی مرضی سے پیش آتے تھے۔

(iii) صارفین کی بیداری کا اثر: تعلیمی ترقی، ماس میڈیا، اور بازار میں بڑھتے ہوئے مقابلے نے صارفین کو بیدار کر دیا ہے۔ اب وہ بازاری قوتوں کو متعین کرنے میں اپنے حق اور اختیار سے بخوبی واقف ہو گئے ہیں اب ''خریدار ہوشیار رہیں'' کا اصول ''صارفین بادشاہ ہیں'' کے اصول میں تبدیل ہو چکا ہے۔ کاروباری اداروں نے اب صارفین پر مرکوز پالیسیوں کو اپنانا شروع کر دیا ہے۔

(iv) کاروباری لوگوں کے لئے سماجی معیار کا قیام: کاروباروں کو اب محض پیسے کا دیوانہ وجود نہیں سمجھا جاتا جنھیں کسی بھی طرح کا کاروباری عمل کر کے ہر قیمت پر پیسہ حاصل کرنے کی اجازت ہو اور وہ اپنی مرضی سے کاروبار چلائیں۔ نئے سماجی معیارات کاروباری ادارے کی معاشی سرگرمی کو اس صورت میں جائز ٹھہراتے ہیں جب کہ وہ سماجی ضروریات کو بھی پورا کریں کوئی بھی کاروبار سماج سے علیحدگی اختیار کر کے نہیں کیا جا سکتا۔ سماج ہی کاروبار کو بقا اور نشو نما کی اجازت عطا کرتا ہے اور سماجی معیار کی بنیاد پر کاروباری کاموں کو جانچا جاتا ہے۔

(v) کاروباری تعلیم کی ترقی: اپنے بھرپور سماجی مضامین کے ساتھ کاروباری تعلیم کی ترقی نے لوگوں کو کاروبار کے سماجی مقصد سے واقف کرایا ہے صارفین، سرمایہ کار، ملازمین یا مالکان تعلیم یافتہ لوگ ہونے کی وجہ سے اب سماجی مدوں کے تئیں زیادہ حساس ہو گئے ہیں یہ صورت گذشتہ دور سے مختلف ہے جبکہ ایسی تعلیم دستیاب نہیں تھی۔

(vi) کاروباری مفاد اور سماجی مفاد کے درمیان تعلق: کاروباری اداروں کو اس حقیقت کا احساس ہونے لگا

ہے کہ سماج مفاد اور کاروباری ایک دوسرے کی تردید نہیں کرتے بلکہ وہ ایک دوسرے کی تکمیل کرتے ہیں پہلے یہ محسوس کیا جاتا تھا کہ سماج کا استحصال کر کے کاروبار کو وسعت دی جاسکتی ہے لیکن اب عقیدہ یہ ہے کہ کاروبار کا طویل مدتی فائدہ سماج کی بہتر خدمت میں پوشیدہ ہے۔ ایسا اس لئے بھی ہے کیونکہ کاروبار جیسے مفید ادارے کو ایک جدید مہذب سماج کا لازمی جز مانا جاتا ہے۔

(vii) پیشہ ور انتظامی طبقہ کی ترقی: یونیورسٹیوں اور مخصوص انتظامی اداروں میں دی جانے والی پیشہ ورانہ انتظامی تعلیم نے پیشہ ور منتظمین کے ایک علاحدہ طبقہ کو جنم دیا ہے جس کا رویہ گذشتہ منتظمین (جو کہ مالکان کے طبقہ سے تعلق رکھتے تھے) کے مقابلہ میں سماجی ذمہ داریوں کے تئیں بالکل مختلف ہے۔ پیشہ ور منتظمین کاروباری ادارے کو کامیابی سے چلانے کے لئے منافع کے مقصد کو اپنانے کی بہ نسبت سماج کے مختلف گروپوں کے مفادات کو پورا کرنے میں زیادہ دلچسپی رکھتے ہیں۔

ان تمام اور دوسری بہت سی سماجی اور معاشی قوتوں نے مل کر کاروبار کو ایک سماجی معاشی سرگرمی بنا دیا ہے۔ کاروبار اب محض ایک پیشہ نہیں رہا ہے۔ اب یہ ایک معاشی ادارہ ہوگیا ہے جسے اپنے کم مدتی اور طویل مدتی مفادات اور سماج کی مانگوں کے درمیان ہم آہنگی قائم رکھنی پڑتی ہے اور اسی وجہ سے کاروبار کی عام اور مخصوص سماجی ذمہ داریاں پیدا ہوتی ہیں۔ جہاں ایک طرف اس حقیقت کی تردید نہیں کی جاسکتی کہ کاروبار ایک معاشی ادارہ ہے اور اسے معاشی کارکردگی کے لحاظ سے اپنے ساتھ انصاف برتنا ضروری ہے وہاں دوسری طرف یہ بھی سچ ہے کہ کاروبار سماج کا ایک عضو ہے اور اسی لئے سماجی ذمہ داریوں کو پورا کرنا بھی اس کے لئے ضروری ہے۔

6.4 سماجی ذمہ داری کی اقسام

موٹے طور پر کاروبار کی سماجی ذمہ داری کو چار زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے جو مندرجہ ذیل ہیں۔

(a) معاشی ذمہ داری: کاروباری ادارہ بنیادی طور پر ایک معاشی وجود ہے اور اس لئے اس کی اولین سماجی ذمہ داری معاشی ہے یعنی سماج کی خواہشات کے مطابق اشیاء اور خدمات کی پیداوار کرنا اور انھیں منافع پر فروخت کرنا اس ذمہ داری کو پورا کرنے میں کاروبار کی تھوڑی بہت مرضی شامل ہوتی ہے۔

(b) قانونی ذمہ داری: ہر کاروبار کی ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ ملکی قوانین کے تحت کام کرے۔ کیونکہ یہ قوانین سماج کی بھلائی کے لئے ہوتے ہیں اس لئے جو ادارہ قانون کی پابندی کرتا ہے وہ سماجی طور پر ایک ذمہ دار ادارہ بھی ہوتا ہے۔

(c) اخلاقی ذمہ داری: اس میں فرم کے ذریعہ کیا جانے والا برتاؤ شامل ہوتا ہے جس کی توقع سماج کو فرم سے ہوتی ہے لیکن جس کی تدوین قانون میں نہیں ہوتی۔ مثلاً ایک شے کی تشہیر کرتے وقت لوگوں کے وقار و عزت اور مذہبی جذبات واحساسات کا احترام کرنا۔ اس ذمہ داری کو پورا کرنے میں

کاروبار کی جانب سے ایک رضا کارانہ عمل کا عنصر شامل ہوتا ہے۔

(d) مرضی پر منحصر ذمہ داری: اس سے مراد وہ خالص رضا کارانہ ذمہ داریاں ہیں جو ایک ادارہ پوری طرح کرتا ہے جیسے تعلیمی اداروں کو خیراتی عطیات فراہم کرنا یا سیلاب اور زلزلہ سے متاثر لوگوں کی مدد کرنا۔ یہ کمپنی کے انتظامیہ کی ذمہ داری ہے کہ وہ سٹّے بازی کے کاموں سے بچ کر صرف صحت مندانہ کاروباری کام کریں جن سے سرمایہ کاری پر بہتر منافع حاصل ہو اور اس طرح لوگوں کی مالیاتی سرمایہ کاری کا تحفظ کریں۔

6.5 مختلف گروپوں کے مفاد کے تئیں سماجی ذمہ داری

ایک بار جب کاروبار کے سماجی مقصد کی شناخت ہو جائے تو یہ جاننا ضروری ہو جاتا ہے کہ کاروبار اور اس کی انتظامیہ کس کے لئے ذمہ دار ہے۔ ایک کاروباری اکائی کو فیصلہ کرنا ہوتا ہے کہ اسے سماجی مقاصد کو کس میدان میں پورا کرنا چاہیے۔ ادارے کی چند مخصوص ذمہ داریاں حسب ذیل ہیں۔

(i) مالکان یا حصہ داران کے تئیں ذمہ داری: ایک کاروباری ادارے کی ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ مالکان یا حصہ داروں کے ذریعہ کی گئی مالی سرمایہ کاری پر انھیں مناسب منافع فراہم کرے اور ان کی سرمایہ کاری کے تحفظ کو یقینی بنائے۔ ایک کمپنی کے لئے اپنی مستقبل میں وسعت کی اسکیموں اور اپنی کارکردگی کے بارے میں حصہ داران کو باقاعدہ اور پوری طرح مطلع کرنا لازمی ہوتا ہے۔

(ii) کارکنان کے تئیں ذمہ داری: ادارے کی انتظامیہ کارکنان کو ایسے مواقع فراہم کرنے کے لئے ذمہ دار ہوتی ہے جن سے ان کو بامعنی کام ملے۔ اسے کام کرنے کے ٹھیک طرح کے حالات پیدا کرنے کی کوشش کرنی چاہیے تاکہ کارکنوں کا تعاون مل سکے۔ ادارے کو کارکنوں کی یونین بنانے کے جمہوری حقوق کا احترام کرنا چاہیے۔ کارکنوں کو منصفانہ معاوضہ اور انتظامیہ کی جانب سے منصفانہ سلوک کی یقین دہانی ہونی چاہیے۔

(iii) صارفین کے تئیں ذمہ داری: صارفین کو صحیح معیار اور مقدار میں اشیاء کی سپلائی واجب قیمتوں پر کرنا ادارے کی صارفین کے تئیں ذمہ داری ہے ادارے کو ملاوٹ، غیر معیاری اشیاء کی سپلائی، صارفین کو اطمینان بخش خدمت فراہم کرنے کا فقدان، بہکانے والے اور غلط اشتہارات جیسے کاموں کے خلاف مناسب احتیاط برتنی چاہیے صارفین کو اشیاء، کمپنی اور ان تمام باتوں کے بارے میں معلومات کا حق ہونا چاہیے جو ان کی خریداری کو متاثر کرتی ہیں۔

(iv) کمیونٹی اور حکومت کے تئیں ذمہ داری: ادارے کو ملک کے قوانین کا احترام کرنا چاہیے اور اس کو ٹیکسوں کی ادائیگی باقاعدگی اور دیانتداری سے کرنی چاہیے۔ اسے ایک

اچھے شہری کی طرح برتاؤ کرنا چاہیے اور سماج کی اقدار کے مطابق کام کرنا چاہئیے ۔اسے قدرتی ماحول کا تحفظ کرنا چاہیے اور ماحول کو آلودہ کرنے والے فاضل مادوں کے اخراج، دھواں اگلتی چمنیوں، بدنما عمارتوں، کام کے گندگی بھرے ماحول سے بچنا چاہئیے اسے لوگوں کے مختلف گروپوں کے ساتھ مل کر معاشرہ میں اپنی ایک بہتر شبیہ بنانی چاہیے۔

6.6 کاروبار اور ماحولیاتی تحفظ:

کاروباری منتظمین اور فیصلہ سازوں کے سامنے ماحولیاتی تحفظ ایک اہم مسئلہ ہے ۔ماحول سے مراد انسان کے اطراف میں موجود تمام چیزیں ہیں جن میں قدرتی چیزیں اور انسان کی بنائی ہوئی تمام چیزیں شامل ہیں یہ اطرافی اشیاء نوعیت کے اعتبار سے وسائل ہیں جو انسانی زندگی کے لئے استعمال میں لائے جاتے ہیں ۔ان وسائل کو قدرتی وسائل بھی کہا جا سکتا ہے جیسے زمین، پانی، ہوا، نباتات وحیوانات اور خام مال یا (ط) انسانی وسائل جیسے ثقافتی ورثہ، سماجی معاشی ادارے اور لوگ ۔ یہ عام طور پر مانا جاتا ہے کہ ہمارے ماحول کا معیار خاص طور پر صنعتوں کی وجہ سے تیزی کے ساتھ تباہ ہو رہا ہے۔ ہمارے ملک کی مختلف ریاستوں اور اہم شہروں جیسے کانپور، جے پور، دہلی، پانی پت، کولکا تا میں یہ صنعتیں ایک عام منظر ہیں ۔ان کے ذریعہ آلودگی پھیلانے والے مادوں کا اخراج لوگوں کی صحت پر برا اثر ڈال رہے ہیں آلودگی- جو کہ ماحول میں مہلک مادوں کا پہنچا ہونا ہے، درحقیقت صنعتی پیداوار کے باعث پیدا ہوتی ہے کیونکہ توانائی اور خام مال کے استعمال میں فاضل مادوں کا اخراج ناگزیر ہے اس لئے صنعت کاروں کو ان فاصل مادوں کے مضر اثرات کو کم کرنے کے لئے کافی مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے اور مناسب تکنیکوں کا استعمال کرنا پڑتا ہے۔ ماحول کے تحفظ میں ہم سب کی بھلائی ہے۔

آلودگی ہماری ہوا، زمین اور پانی کی طبعی، کیمیائی اور حیاتیاتی خصوصیات کو تبدیل کر دیتی ہے، آلودگی انسانی اور دیگر مخلوقات کی زندگی کے لئے مضر ہے یہ خام مال کے وسائل کو ضائع کر کے ہمارے رہنے کے ماحول اور ثقافتی ورثہ میں گراوٹ پیدا کرتی ہے، آلودگی کے وجود پانے کی وجہ یہ ہے کہ ہمارا ماحول ایک محدود مقدار میں ہی آلودہ اور فاضل مادوں کو اپنے اندر جذب کر سکتا ہے۔ چند مہلک فاضل مادوں یا پیداوار کی زہریلی باقیات اور کیمیوں کو مہلک آلودہ مادے کہا جاتا ہے کیونکہ ان میں زہریلی خاصیت ہوتی ہے اور ماحول ان کو گلا نہیں سکتا۔اس طرح آلودگی سے ماحولیاتی معیار اور انسانی صحت کو خطرہ لاحق ہوتا ہے اور اس کی وجہ سے قدرتی اور انسان کے بنائے وسائل بھی تباہ ہوتے ہیں۔ ماحول کے تحفظ کا براہِ راست تعلق آلودگی کے کنٹرول سے ہے۔

6.6.1 آلودگی کی وجوہات

ہمارے معاشرہ کے تمام طبقات فاضل مادوں کو پیدا کرتے ہیں چاہے وہ صنعت ہو حکومت، زراعت، کانکنی، توانائی، ذرائع آمد ورفت، تعمیرات یا صارفین ۔ان فضلات میں آلودہ مادے شامل

ہوتے ہیں جو کہ کھیت یا پیداوار کے عمل کے دوران باقی رہ جانے والے کیمیائی مادے ہوتے ہیں۔ آلودگی ان ہی مادوں کی وجہ سے پیدا ہوتی ہے جن کو ماحول میں اس کی گلانے کی صلاحیت سے زیادہ مقدار میں خارج کیا جاتا ہے، آلودگی کے مختلف ذرائع ہیں لیکن صنعتی فضلات اپنی مقدار اور زہریلی خاصیت کے لحاظ سے آلودگی پیدا کرنے کا سب سے بڑا ذریعہ ہیں۔ کاروباری سرگرمیوں، جیسے پیداوار کی تقسیم، ذرائع آمدورفت، اسٹوریج، اشیاء اور خدمات کے صرف کو ماحولیاتی آلودگی کے مسائل کا سب سے اہم ذریعہ مانا جاتا ہے کئی کاروباری ادارے (i) فضا (ii) پانی (iii) زمین اور (iv) شوروغل کی آلودگی پھیلانے کے لئے ذمہ دار ہیں۔

ان اقسام کی آلودگیوں کا تذکرہ ذیل میں کیا گیا ہے:

(i) فضائی آلودگی: جب بہت سے عوامل مل کر ہوا کی کوالٹی کو کم کرتے ہیں تو فضائی آلودگی پیدا ہوتی ہے۔ موٹر گاڑیوں سے نکلنے والی کاربن مونوکسائڈ فضائی آلودگی کا سبب ہوتی ہے۔ فضائی آلودگی نے اوزون کی تہہ میں چھید کر دیا ہے جس کی وجہ سے زمین کو خطرناک گرمی کا سامنا ہے۔

(ii) آبی آلودگی: بنیادی طور پر کیمیائی اشیاء اور کوڑا کرکٹ ڈالنے سے پانی آلودہ ہو جاتا ہے سالوں سے کاروباری ادارے اور شہر دونوں نتائج سے بے خبر ہو کر کوڑا کرکٹ دریاؤں، ندیوں اور جھیلوں میں ڈالتے رہے ہیں، آبی آلودگی کے باعث کئی جانور مر چکے ہیں اور اس کی وجہ سے انسانی زندگی کو بھی خطرہ لاحق ہے۔

(iii) زمینی آلودگی: زمین پر زہریلا کوڑا کرکٹ اور فضلات ڈالنا زمینی آلودگی کی وجہ ہے اس سے زمین کی کوالٹی خراب ہوتی ہے اور پھر یہ زراعت اور باغبانی کے قابل نہیں رہتی۔ زمین کی کوالٹی کو خراب ہونے سے بچانا ایک بڑا مسئلہ ہے۔

(iv) شوروغل کی آلودگی: کارخانوں اور موٹر گاڑیوں کے چلنے سے پیدا ہونے والا شوروغل نہ صرف طبیعت پر گراں گزرتا

ماحولیاتی مسائل

اقوام متحدہ نے ایسے آٹھ مسائل کی شناخت کی ہے جو قدرتی ماحول کو نقصان پہونچانے کا باعث ہوتے ہیں۔ وہ ہیں:

(i) (OZONE) اوزون کا خاتمہ
(ii) عالمی گرمی (گلوبل وارمنگ)
(iii) ٹھوس اور مہلک فاضل مادے
(iv) آبی آلودگی
(v) تازہ پانی کا معیار اور مقدار
(vi) جنگلات کا کم ہونا
(vii) زمینی معیار کا گھٹنا
(viii) حیاتیاتی تنوع کو خطرہ

ہے بلکہ یہ صحت کے لئے بھی نہایت مہلک ہے، شور وغل کی آلودگی سے کئی طرح کی بیماریاں پیدا ہوتی ہیں جیسے قوتِ سماع میں کمی، قلبی اور دماغی بیماریاں۔

6.6.2 آلودگی کو کنٹرول کرنے کی ضرورت

آلودگی کو کنٹرول کرنے کی ضرورت بیش قیمتی ماحولیاتی وسائل کو محفوظ کرنے اور ماحول کی کوالٹی کو بہتر بنانے کے لئے ہوتی ہے تا کہ ان محفوظ شدہ وسائل کا استعمال انسانیت کے فائدے اور لوگوں کی صحت اور فلاح کو بہتر بنانے کے لئے کیا جا سکے۔ کسی وسیلہ (میڈیم) کو (ہوا، پانی، زمین) کتنا نقصان ہوتا ہے اس کا انحصار اس بات پر ہے کہ آلودگی کس قسم کی ہے، خارج کئے گئے آلودہ مادوں کی مقدار کتنی ہے اور آلودگی کا ماخذ کتنے فاصلہ پر ہے لیکن یہ تمام آلودہ مادے ماحول کی کوالٹی میں گراوٹ کا باعث ہیں اور کسی حد تک معمول کی زندگی گزارنے میں دشواری پیدا کرتے ہیں۔ اب لوگ ان آلودگی پیدا کرنے والی سرگرمیوں کے خلاف زور شور سے اپنی آواز بلند کر رہے ہیں۔ کاروباری ادارے بھی ماحولیاتی تباہی سے متاثر ہوئے بغیر نہیں رہ سکتے، کاروباری اداروں کو نہ صرف تنقیدوں سے بچنے کے لئے آلودگی کے کنٹرول کے اقدامات کرنے کی ضرورت ہے بلکہ ان اقدامات سے انھیں دوسرے فوائد بھی حاصل ہو سکتے ہیں، آلودگی کو کنٹرول کرنے کی چند اہم وجوہات مندرجہ ذیل ہیں۔

(i) مضر صحت خطرات میں کمی: ہمارے سماج میں کینسر، دل اور پھیپھڑوں کی بیماریاں اموات کا بڑا سبب ہیں۔ ان بیماریوں کے پھیلنے اور ماحول کو آلودہ کرنے والے عوامل میں تعلق کے ثبوت میں اضافہ ہو رہا ہے۔ آلودگی کنٹرول کے اقدام نہ صرف ایسی بیماریوں کے پھیلاؤ کو روکتے ہیں بلکہ یہ زمین پر صحت مندانہ زندگی بسر کرنے میں بھی مدد کرتے ہیں۔

(ii) ذمہ داری کے خطرہ میں کمی: ادارے کو ایسے لوگوں کو معاوضہ ادا کرنے کے لئے ذمہ دار ٹھہرایا جانا ممکن ہے جو کہ ماحول میں اس کے ذریعہ رقیق، گیس اور ٹھوس کی شکل میں خارج کئے گئے فاضل مادوں سے متاثر ہوں۔ اس لئے خدشات اور ذمہ داری کو کم کرنے کے خیال سے کارخانوں میں آلودگی کنٹرول کے آلات نصب کرنا ایک اچھے کاروبار کی پالیسی ہونی چاہیے۔

(iii) لاگتوں میں بچت: ایک مؤثر آلودگی کنٹرول پروگرام کی ضرورت کاروباری کاموں کو انجام دینے کی لاگتوں میں بچت کرنے کے لئے بھی ہوتی ہے لاگت میں بچت کرنے کی ضرورت خصوصاً اس وقت ہوتی ہے جب نامناسب پیداواری تکنیک کے نتیجہ میں بہت زیادہ فضلات اکٹھے ہو جاتے ہیں جن کو ٹھکانے لگانے اور پلانٹوں کو صاف کرنے میں بہت زیادہ لاگتیں آتی ہیں۔

(iv) بہتر عوامی شبیہ: کیونکہ اب ماحولیاتی کوالٹی کے تئیں عوامی بیداری میں اضافہ ہو رہا ہے اس لئے ایک فرم کی فضلات

کوکنٹرول کرنے کی پالیسیاں اورطریقے لوگوں کے رویہ کواس برابرمتاثر کرتے رہیں گے۔ایک فرم کوجوکہ ماحول کی موافقت میں کام کرتی ہے اچھی شہرت ملے گی اوراسے سماجی طورپرذمہ دار ادارہ سمجھا جانے لگے گا۔

(v) دیگرسماجی فوائد: آلودگی کوکنٹرول کرنے کے نتیجہ میں کئی دوسرے فوائدبھی حاصل ہوتے ہیں جیسے صاف طور پر دکھائی دینا،عمارتوں کا اجلاپن،بہتر معیارِزندگی اورقدرتی اشیاء کی خالص شکل میں دستیابی۔

6.6.3 ماحولیاتی تحفظ میں کاروبار کا کردار

کیونکہ ماحول کی کوالٹی ہم سبھی کے لئے اہم ہے اس لئے خراب ہوجانے سے اس کی حفاظت کرنا ہم سبھی کی مجموعی ذمہ داری ہے۔چاہے حکومت ہو،کاروباری ادارے،صارفین،کارکنان، یامعاشرہ کے دیگرممبران ہوں ہرایک ماحولیاتی آلودگی کی روک تھام کے لئے کچھ نہ کچھ کرسکتا ہے۔حکومت آلودگی پھیلانے والی مہلک اشیاء کی پیدوار پر پابندی کےقوانین لاگوکرسکتی ہے۔ صارفین، کارکنان اور معاشرہ کے دیگرممبران ان اشیاء کے استعمال کونظرانداز کرسکتے ہیں اورایسے کام انجام دے سکتے ہیں جوکہ ماحول کی بھلائی میں ہوں۔

بہرحال کاروباری اداروں کو ماحولیاتی مسائل حل کرنے میں رہنمائی کرنی چاہیے۔یہ ہرکاروبار کی سماجی ذمہ داری ہے کہ ہرقسم کی آلودگی کو روکنے کے لیے نہ صرف اقدام کرے بلکہ ماحولیاتی وسائل کی حفاظت بھی کرے۔ کاروباری ادارے دولت، روزگار، تجارت اورتکنالوجی کے رہنما خالق ہیں۔ وہ وسیع پیمانے پر مالی،طبعی اورانسانی وسائل کے مالک بھی ہیں،ان کے پاس ماحولیاتی آلودگی کوحل کرنے کا مناسب علم بھی ہے وہ جانتے ہیں کہ آلودگی پھیلانے والے مادوں کوان کےمخرج پرہی روک کرکس طرح ماحول کوتحفظ فراہم کیا جاسکتا ہے۔کئی حالات میں توپیداوار کےعمل میں تجدید کرکے،آلات کونئی طرح ڈھال کر،خراب معیار کے خام مال کو بہتر معیار کے خام مال سے تبدیل کرکے یادوسرے اختراعی طرزِعمل اپنا کرآلودگی کومکمل طور پرختم کیا جاسکتا ہے۔ چند خاص اقدام جوکہ کاروباری ادرہ ماحولیاتی تحفظ کے لئے کرسکتا ہےمندرجہ ذیل ہیں:

(i) ادارے کی اعلیٰ انتظامیہ کا آلودگی کے خاتمہ اور ماحولیاتی تحفظ کے لئے کام کی ثقافت بنانے،قائم رکھنےاورترقی دینے کا پکاعہد کرنا۔

(ii) ماحولیاتی تحفظ کی ذمہ داری میں ادارے کےتمام شعبوں اورملازمین کی حصہ داری کویقینی بنانا۔

(iii) آلودگی کوکنٹرول کرنے کےمقصد کے لئے اچھے معیار کے خام مال کی خریداری،بہترتکنالوجی، فاضل مادوں کے خاتمہ میں سائنسی طریقوں کا استعمال اور ملازمین کی مہارتوں کو بڑھانے والی پالیسیوں اورپروگراموں کوتیارکرنا۔

(iv) آلودگی کے خاتمہ کے لئے حکومت کے ذریعہ لاگو کئے گئےقوانین اورضابطوں پرباقاعدگی سےعمل کرنا۔

(v) حکومت کے پروگراموں میں حصہ لینا جن کا تعلق مہلک مادوں سے نمٹنے کے بندوبست، آلودہ دریاؤں کی صفائی، شجرکاری اور جنگلات کے خاتمے کو روکنے سے ہو۔

(vi) لاگتوں اور فوائد کے لحاظ سے آلودگی کنٹرول کے پروگراموں کا وقتاً فوقتاً جائزہ لیتے رہنا تاکہ ماحولیاتی تحفظ کے حوالے سے ان کی رفتار کو بڑھایا جاسکے۔

(vii) تعلیمی ورکشاپ کا انعقاد کرنا اور تربیتی مواد کو سپلائیروں، ڈیلروں اور گاہکوں میں تقسیم کرنا تاکہ تکنیکی معلومات اور تجربات کو ان کے ساتھ بانٹا جاسکے اور ان کو سرگرم طور پر آلودگی کنٹرول پروگراموں میں شامل کیا جاسکے۔

6.7 کاروباری اخلاقیات

سماج کے نقطۂ نظر سے کاروبار کا مقصد لوگوں کو اشیاء اور خدمات کی سپلائی کرنا ہے۔ انفرادی نقطۂ نظر سے کاروباری فرم کا اولین مقصد منافع کمانا ہے ہر ایک شخص کاروبار سے یہی توقع کرتا ہے کہ اس کے انفرادی مقاصد اور سماجی مقاصد کے درمیان ٹکراؤ نہیں ہوگا بہرحال کاروباری ادارے انسانوں کے ذریعہ ہی چلائے جاتے ہیں جن کے فیصلے اور کام ہمیشہ ہی سماج کی توقعات کے مطابق نہیں ہوتے، ایک ادارہ معاشی کارکردگی (جیسے محاصل، لاگت اور منافع) کے لحاظ سے اچھا ہوسکتا ہے لیکن سماجی کارکردگی جیسے واجب قیمتوں پر اچھی کوالٹی کی اشیاء کی سپلائی کے لحاظ سے پست بھی ہوسکتا ہے۔ اس سے یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ سماجی نقطۂ نظر سے کیا صحیح ہے اور کیا غلط ہے۔ اس سوال کا جواب اہم ہے کیونکہ کاروباری ادارے نہ صرف سماج کی پیداوار ہوتے ہیں بلکہ اس سے متاثر بھی ہوتے ہیں ان کو سماج کی اقدار اور ترجیحات کے مطابق ڈھلنا پڑتا ہے۔ اخلاقیات کے مضمون کے مواد کا تعلق انفرادی بھلائی اور سماجی بہبود کے درمیان رشتہ قائم کرنے سے ہے۔

6.7.1 کاروباری اخلاقیات کا تصور :

لفظ 'ایتھیکس' یونانی لفظ 'ایتھکس' سے اخذ کیا گیا ہے جس کے معنی ہیں معاشرہ میں رائج اخلاقیات یا معیارات، ضوابط یا کردار۔ اخلاقیات کا سروکار انسانی برتاؤ کو معاشرہ کے ذریعہ منظور شدہ معیاری انفرادی برتاؤ کی بنیاد پر صحیح اور غلط ٹھہرائے جانے سے ہے، اخلاقیات کو اخلاقی اقدار کا ایسا مکمل مجموعہ خیال کیا جاتا ہے جسے سماج انسانی کاموں کے ساتھ جوڑتا ہے، اخلاقیات سے مراد وسائل کو کنٹرول کرنے کے لئے بنائے گئے مجموعۂ قوانین یا دیگر نظاموں سے بھی لی جاتی ہے تاکہ ان سے انسانوں کی خدمت کی جاسکے۔ اخلاقی معیارات اکثر قوانین میں تشکیل کئے جاتے ہیں۔ لیکن اخلاقی برتاؤ ایک ایسا منصفانہ اور شفاف طرز عمل ہے جو محض قوانین اور حکومت کے ضابطوں پر چلنے سے کہیں زیادہ ہے۔ اس کا مطلب ہے اخلاقی اصولوں کا خیال رکھنا، مخصوص اقدار کے ذریعہ رہنمائی حاصل کرنا اور اس طرح برتاؤ کرنا کہ لوگ اس پر عمل کریں۔ تحریری یا غیرتحریری مجموعۂ قوانین/ اصول جو ایک پیشہ وارانہ یا انسانی سرگرمی پر لاگو ہوتے ہیں اخلاقیات کہلاتے ہیں۔

ہندوستان میں ماحولیاتی تحفظ
(حکومت کے ذریعہ کئے گئے اقدام)

1. قوانین: ہندوستان کے آئین میں ریاستی پالیسی کے رہنما اصول ماحول کے تحفظ پر زور دیتے ہیں۔ لاگو کئے گئے چند قوانین مندرجہ ذیل ہیں:
   i. جنگلاتی زندگی کے تحفظ کا قانون (The wildfife protection Act) 1972
   ii. آبی (آلودگی کنٹرول اور احتیاطی تدابیر) قانون 1974 جس میں 1974 اور 1988 میں ترمیم کی گئی۔
   iii. فضا (آلودگی کنٹرول اور احتیاطی تدابیر) قانون 1974 جس میں 1974 اور 1988 میں ترمیم کی گئی۔
   iv. ماحول (تحفظ) قانون 1986
   v. مہلک فضلات کا قانون 1989 (The Hazardouswaste Act, 1989)
   vi. جنگلات (تحفظ) قانون 1980 جس میں 1988 میں ترمیم کی گئی۔

2. ضوابط: حکومت نے انتظامی احکامات اور پالیسی کے رہنما اصولوں کی تشکیل کی ہے۔
   حکومت ہند نے 1980 میں ماحول کے لئے ایک علیحدہ شعبہ قائم کیا۔

3. چند انضباطی یا نیم عدالتی اداروں کو قائم کیا گیا ہے جیسے
   - نیشنل ایفورسٹیشن اینڈ ایکو-ڈیولپمنٹ بورڈ اور
   - نیشنل ویسٹ لینڈ ڈیولپمنٹ بورڈ

4. صنعتی اکائیوں کو شہروں میں بند کیا جارہا ہے۔ دہلی کی ہائی کورٹ نے صنعتی اکائیوں کو دہلی سے باہر منتقل کرنے اور بند کرنے کا حکم صادر کیا ہے اسی طرح عدالتوں نے آگرہ شہر سے خراد کے خانوں کو ہٹانے اور کانپور سے صنعتی کارخانوں کو منتقل کرنے کے احکام جاری کئے ہیں۔

5. ماحولیاتی تعلیم پر مختلف پروگرام اور سیمینار بیداری اور وسائل پیدا کرنے کے لئے باقاعدگی سے منظّم کئے جارہے ہیں۔

6. حکومت نے ماحول کے لئے عملی منصوبہ (انوائرمینٹ ایکشن پلان 'ای اے پی') کی بھی تشکیل کی ہے۔

کاروباری اخلاقیات کا تعلق کاروبار کے مقاصد طرزِ عمل، تکنیکیوں اور سماجی بھلائی کے بیچ رشتے کے ساتھ ہے۔ کاروباری اخلاقیات سے مراد سماجی طور پر متعین کئے گئے، اخلاقی اصولوں سے ہے جن کو کاروباری سرگرمیوں پر لاگو ہونا چاہیے۔ کاروباری اخلاقیات کی چند مثالیں ہیں: صارفین سے واجبی قیمتیں وصول کرنا۔ اشیاء کی پیمائش میں مناسب وزنوں کا استعمال کرنا، کارکنوں کے ساتھ مناسب برتاؤ کرنا، اور واجب منافع کمانا۔ ایک کاروباری شخص اس وقت اخلاقی برتاؤ کرتا ہے جب وہ اپنے کاموں کو صحیح طور پر اور سماج کے مفاد میں انجام دیتا ہے۔ یہ بات بیشک ان لوگوں پر بھی لاگو ہوتی ہے جو کاروبار میں ہیں لیکن دیگر لوگوں اور کاروباری لوگوں کے درمیان اصل فرق یہ ہے کہ کاروباری اشخاص سماجی وسائل پر زیادہ کنٹرول رکھتے ہیں اور اسی لئے سماج میں ہونے والے واقعات پر ان کا اثر نسبتاً زیادہ ہوتا ہے۔ کاروباری اشخاص اور سیاست دانوں سے دوسرے لوگوں کی بہ نسبت زیادہ معیاری ہونے کی توقع کی جاتی ہے۔ شاید یہ سماج کی جانب سے فیصلہ سازی کے اختیارات رکھنے کی قیمت ہے جو ان کو ادا کرنی پڑتی ہے۔

اب تمام دنیا میں یہ احساس بڑھتا جا رہا ہے کہ ہر کاروبار اور سماج کی ترقی کے لئے اخلاقیات بہت اہمیت رکھتے ہیں۔ اخلاقی کاروبار ایک اچھا کاروبار ہوتا ہے۔ اخلاقی کاروباری

تین ایک جیسے تصورات کا نقطۂ آغاز

(a) **کارپوریٹ کی سماجی ذمہ داری:** اس کی ابتداء ریاست ہائے متحدہ امریکہ میں ہوئی جہاں حکومت نے اجارہ داری کاموں کے خلاف اینٹی ٹرسٹ ایکٹ پاس کیا تھا تاکہ سماج کی فلاح و بہبود کی حفاظت کی جا سکے اور اسے بہتر بنایا جا سکے۔

(b) **کاروباری اخلاقیات:** اس کی ابتداء بھی 1970 کے سالوں میں یو ایس اے میں ہوئی۔ کاروباری اخلاقیات نے سماجی اقدار کو اجاگر کیا اور کاروبار کے حوالے سے سماجی فکرات پر روشنی ڈالی۔ اور ملک میں موجود کمپنیوں پر دباؤ ڈالا کہ وہ ایسے کاموں اور پالیسیوں سے باز رہیں جن سے صارفین اور ماحول کے تحفظ کو خطرہ ہو۔

(c) **کمپنی کی فرماں روائی** (Corporate Goverance): اس کا آغاز برطانیہ میں ہوا اس کا مقصد حصہ داران کے تئیں ڈائریکٹروں کی جوابدہی کو بہتر بنانا تھا۔ اس کے تحت جن باتوں پر زور دیا گیا وہ تھیں زیادہ شفاف آڈیٹنگ، آزاد ڈائریکٹروں کی ذمہ داریوں میں اضافہ اور حصہ داران کے مفادات کے تحفظ کے لئے چیئرمین اور مینیجنگ ڈائریکٹروں کے کاموں کی تقسیم۔

برتاؤ کاروبار کی عوامی شبیہ کو بہتر بناتا ہے، عوام کا اعتماد حاصل کرنے میں مدد دیتا ہے اور عظیم کامیابی کی جانب رہنمائی کرتا ہے۔ لمبے عرصہ میں اخلاقیات اور منافع ساتھ ساتھ آگے بڑھتے ہیں۔ اخلاقیات ہی معاشرہ کو عظیم بناسکتے ہیں نہ کہ حکومت یا قوانین۔ ایک اخلاقی طور پر ذمہ دار ادارہ لوگوں اور ماحول کی نگہداشت کرنے والی ثقافت کو ترقی دیتا ہے اور دوسرے لوگوں کے ساتھ معاملات کرنے میں اعلیٰ درجہ کی ایمانداری کو بروئے کار لاتا ہے، درحقیقت اخلاقی کام اپنے آپ میں بھی قیمتی ہوتا ہے کیونکہ اس سے نہ صرف ہماری زندگی کے معیار میں اضافہ ہوتا ہے بلکہ اس کام کے معیار میں بھی جو ہم کرتے ہیں۔

6.7.2 کاروباری اخلاقیات کے عناصر

اخلاقی کاروباری برتاؤ کاروباری ادارے اور سماج دونوں کی بھلائی میں ہوتا ہے اس لئے یہ جاننا ضروری ہے کہ ادارہ اپنے روزمرہ کے کاموں میں اخلاقیات کی کس طرح پرورش کرسکتا ہے۔ ادارے کو چلانے میں کاروباری اخلاقیات کے بنیادی عناصر مندرجہ ذیل ہیں:

(i) اعلیٰ انتظامیہ کا عہد: اعلیٰ انتظامیہ کا پورے ادارے کی اخلاقی طور پر درست برتاؤ کی جانب رہنمائی کرنے میں ایک اہم رول ہوتا ہے، نتائج حاصل کرنے کے لئے چیف ایگزیکیٹو آفیسر (سی ای او) اور دیگر اعلیٰ سطحی منتظمین کو اخلاقی برتاؤ پر سختی سے عمل کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ ادارے کی اقدار کو قائم رکھنے اور ترقی دینے کے لئے انھیں مسلسل رہنمائی کرنی چاہیے۔

(ii) ضابطہ (کوڈ) شائع کرنا: مؤثر اخلاقی پروگرام رکھنے والے ادارے پوری تنظیم کے لئے عملی اصول تدوین کرتے ہیں جو تحریری دستاویزات کی شکل میں ہوتے ہیں اور انھیں ''کوڈ'' یا ''ضابطہ'' کہا جاتا ہے ان میں عموماً جن باتوں کو شامل کیا جاتا ہے وہ ہیں بنیادی دیانتداری اور قوانین پر عمل، معیاری اور محفوظ اشیاء، کام کرنے کی صحت مند اور محفوظ جگہ مفاد کے تنازعات، روزگار کے معمولات، مارکٹنگ/سیلنگ کے کاموں میں ایمانداری اور مالیاتی رپورٹنگ۔

(iii) تعلیمی میکانزم کا قیام: فرم کے اخلاقی معیاروں پر حقیقی فیصلوں اور کاموں کی تعمیل کو یقینی بنانے کے لئے مناسب میکانزم کو قائم کرنا چاہیے۔ ایسے میکانزموں کی چند مثالیں ہیں: بھرتی کرنے اور کرائے پر رکھنے میں اخلاقی اقدار پر توجہ دینا، تربیت دینے میں کارپوریٹ کی اخلاقیات پر زور، اخلاقیات پر کس درجہ تعمیل ہو رہی اس کا تجزیہ کرنے کے لئے مسلسل جانچ کرنا، اور ایسا ترسیلی نظام قائم کرنا جس سے غیر اخلاقی برتاؤ کے واقعات کی رپورٹ کرنے میں ملازمین کو مدد ملے۔

(iv) تمام سطحوں پر ملازمین کو شامل کرنا: یہ ملازمین ہی ہوتے ہیں جو مختلف سطحوں پر اخلاقیاتی پالیسیوں کو لاگو کرتے ہیں اور کاروباری اخلاقیات کو ایک حقیقی شکل دیتے ہیں، اس

لئے اخلاقیاتی پروگراموں میں ان کی شمولیت لازمی ہوجاتی ہے۔ مثلاً فرم کی اخلاقیاتی پالیسیوں پر بحث کرنے کے لئے ملازمین کے چھوٹے چھوٹے گروپ تشکیل کئے جاسکتے ہیں اور ان پالیسیوں کے تئیں ملازمین کے رویہ کی جانچ کی جاسکتی ہے۔

(v) نتائج کی پیمائش: حالانکہ اخلاقیاتی پروگراموں کے نتائج کی ٹھیک ٹھیک پیمائش کرنا مشکل ہے پھر بھی فرم اخلاقیاتی معیاروں کی تعمیل پر نظر رکھ کر جانچ کرسکتی ہے۔ اعلیٰ انتظامیہ کی ٹیم اور دیگر ملازمین کو پھر ان نتائج پر بحث کرنی چاہیے تاکہ آگے کا لائحہ عمل طے ہوسکے۔

اخلاقیات کے بنیادی اصول

ان اصولوں کی نوعیت چند آفاقی خوبیوں کی ہے جن کو اپنا کر، ترقی دے کر اور بروئے کار لاکر ہر انسان کو اپنی زندگی میں اخلاقی انسان بننا چاہیئے۔

(a) قابل اعتماد بنو

(b) دوسروں کا احترام کرو

(c) ذمہ دار بنو

(d) معاملات میں ایمانداری برتو

(e) دوسروں کی فلاح کے لئے فکرمند رہو

(f) شہری فرائض اور اچھائیوں پر پورے اتر کر ایک اچھے شہری ہونے کا ثبوت دو۔

کلیدی اصطلاحات

سماجی ذمہ داری	آبی آلودگی	کاروباری اخلاقیات
ماحول	شوروغل کی آلودگی	قانونی ذمہ داری
ماحولیاتی تحفظ	فضائی آلودگی	اخلاقیات
آلودگی	زمینی آلودگی	اخلاقیات کا کوڈ (ضابطہ)

خلاصہ:

سماجی ذمہ داری کا تصور: کاروبار کی سماجی ذمہ داری سے مراد اس کے ان فیصلوں کو لینے اوران کاموں کو انجام دینے کی ذمہ داری سے ہے جوکہ ہمارے سماج کی اقدار اور مقاصد کے لحاظ سے قابل قبول ہوں۔

سماجی ذمہ داری کی ضرورت: سماج کے مفاد اور کاروبار کے مفاد دونوں کی وجہ سے کاروبار کی سماجی ذمہ داری کی ضرورت ہوتی ہے بہرحال سماجی ذمہ داری کی موافقت اور مخالفت دونوں کے لئے دلائل دیئے جاتے ہیں:

سماجی ذمہ داری کی موافقت میں دلائل: اہم دلائل ہیں: (i) بقا اور ترقی کے لئے جواز (ii) فرم کا طویل مدتی مفاد اور شبیہ (iii) معاشرہ کی دیکھ ریکھ (iv) حکومت کے ضوابط سے گریز (v) کاروبار کے پاس وسائل کی دستیابی (vi) مسائل کو مواقع میں تبدیل کرنا (vii) کاروبار کرنے کے لئے بہتر ماحول اور (viii) سماجی مسائل کے لئے کاروبار کو ذمہ دار ٹھہرانا۔

سماجی ذمہ داری کی مخالفت میں دلائل: سماجی ذمہ داری کی مخالفت میں اہم دلائل مندرجہ ذیل ہیں: (i) زیادہ سے زیادہ منافع کمانے کے مقصد کی خلاف ورزی (ii) صارفین پر بوجھ (iii) سماجی ہنرمندی کی کمی (iv) عوامی حمایت کا فقدان۔

سماجی ذمہ داری کی حقیقت: سماجی ذمہ داری کی حقیقت یہ ہے کہ سماجی ذمہ داری سے متعلق اختلافی دلائل ہونے کے باوجود کاروباری ادارے چند بیرونی قوتوں کے اثر کے باعث سماجی ذمہ داریوں پر توجہ دیتے ہیں۔ یہ قوتیں ہیں:

(i) عوامی ضابطہ کا اندیشہ (ii) مزدور تحریک کا دباؤ (iii) صارفین کی بیداری کا اثر (iv) کاروباری لوگوں کے لئے سماجی معیار کا قیام (v) کاروباری تعلیم کی ترقی (vi) کاروباری مفاد اور سماجی مفاد کے درمیان تعلق (vii) پیشہ ور انتظامی طبقہ کی ترقی

مختلف گروپ کے مفاد کے تئیں سماجی ذمہ داری: کاروباری ادارے مختلف گروپوں کے تئیں ذمہ داری رکھتے ہیں جیسے (i) حصہ داران یا مالکان (ii) کارکنان (iii) صارفین اور (iv) کمیونٹی اور حکومت۔ حصہ داران کو ان کی سرمایہ کاری پر منافع دینا اور ان کی سرمایہ کاری کا تحفظ، کارکنان کو بامعنیٰ کام کے لئے مواقع کی فراہمی، صارفین کو واجب قیمتوں پر درست مقدار اور معیار کی اشیاء اور خدمات کی فراہمی اور حکومت کو ٹیکس کی دیانت داری سے ادائیگی، قدرتی ماحول کا تحفظ، کاروبار کی چند سماجی ذمہ داریاں ہیں۔

کاروبار اور ماحولیاتی تحفظ: کاروباری منتظمین اور فیصلہ سازوں کے سامنے ماحولیاتی تحفظ ایک اہم مسئلہ ہے۔ ماحول سے مراد انسان کے اطراف میں موجود تمام چیزیں ہیں انسان کی بنائی ہوئی اور قدرتی دونوں۔ آلودگی، جوکہ ماحول میں مہلک مادوں کا پہنچانا ہے،

درحقیقت صنعتی پیداوار کے باعث ہوتی ہے۔ آلودگی کے مضر اثرات انسانی زندگی اور دیگر مخلوقات کی زندگی دونوں پر پڑتے ہیں۔
آلودگی کی وجوہات: آلودگی کے مختلف ذرائع ہیں لیکن صنعت (فضلات کی مقدار اور ان کی زہریلی خاصیت کے لحاظ سے) آلودگی پیدا کرنے کا سب سے بڑا ذریعہ ہے۔ کئی کاروباری ادارے فضا، پانی، زمین اور شور وغل کی آلودگی پھیلانے کے لئے ذمہ دار ہیں۔

آلودگی کنٹرول کرنے کی ضرورت: آلودگی کنٹرول کرنے کے لئے چند اہم وجوہات ہیں (i) مضر صحت خطرات میں کمی (ii) ذمہ داری کا کم خطرہ (iii) لاگتوں میں بچت (iv) بہتر عوامی شبیہ (v) دیگر سماجی فوائد

ماحولیاتی تحفظ میں کاروبار کا رول: سماج کا ہر ممبر ماحول کے تحفظ کے لئے کچھ نہ کچھ کرسکتا ہے بہرحال کاروباری اداروں کو ماحولیاتی مسائل کو حل کرنے میں رہنمائی کرنی چاہیئے۔ چند اقدام جو وہ کرسکتے ہیں حسب ذیل ہیں: اعلیٰ انتظامیہ کی ذمہ داری، واضح پالیسیاں اور پروگرام، حکومت کے ضوابط کی پابندی کرنا، حکومت کے پروگرام میں حصہ لینا، آلودگی کنٹرول پروگراموں کی وقتاً فوقتاً تشخیص کرنا اور متعلقہ لوگوں کی مناسب تعلیم وتربیت۔

کاروباری اخلاقیات کا تصور: اخلاقیات سے مراد انسانی برتاؤ کو معاشرہ کے ذریعہ متعین کئے گئے معیاری برتاؤ کی بنیاد پر صحیح یا غلط ٹھہرانے سے ہے۔ کاروباری اخلاقیات کا تعلق کاروبار کے مقاصد، طرزِ عمل، تکنیکوں اور سماجی بھلائی کے بیچ رشتے کے ساتھ ہے، اخلاقیات کا ہونا ہر ایک کاروبار کے لئے اہمیت رکھتا ہے۔

کاروباری اخلاقیات کے عناصر: ایک کاروباری ادارہ اپنے کام کی جگہ پر کاروباری اخلاقیات کے مندرجہ ذیل بنیادی عناصر اپنا کر اخلاقیات کی پرورش کرسکتا ہے۔ (i) اعلیٰ انتظامیہ کی ذمہ داری (ii) ضابطہ (کوڈ) شائع کرنا (iii) تعلیمی میکانزم کا قیام (iv) تمام سطحوں پر ملازمین کی شمولیت (v) نتائج کی پیمائش

مشقیں

کثیر انتخابی سوالات

1. سماجی ذمہ داری۔۔۔۔۔۔۔ ہے۔

(a) قانونی ذمہ داری جیسی
(b) قانونی ذمہ داری سے زیادہ وسیع
(c) قانونی ذمہ داری سے تنگ/کم
(d) ان میں سے کوئی نہیں

2. اگر کاروبار کو ایک ایسے معاشرہ میں کام کرنا ہے جو مختلف نوعیت کے پیچیدہ مسائل سے پر ہے تو ایسی صورت میں اس کے پاس

(a) کامیابی کا کم موقع ہے (b) کامیابی کا زیادہ موقع ہے

(c) ناکامی کا کم موقع ہے (d) کامیابی اور ناکامی کے ساتھ کوئی تعلق نہیں

3. کاروباری لوگوں کے پاس ۔۔۔حل کرنے کی ہنرمندی ہوتی ہے۔

(a) تمام سماجی مسائل (b) چند سماجی مسائل

(c) کسی بھی سماجی مسئلہ کی نہیں (d) تمام معاشی مسائل

4. اگر ایک ادارہ ایک اچھے شہری جیسا برتاؤ کرتا ہے تو یہ مثال اس کی ۔۔۔۔۔۔ذمہ داری کی ہے۔

(a) مالکان کے تئیں (b) کارکنان کے تئیں

(c) صارفین کے تئیں (d) کمیونٹی کے تئیں

5. ماحولیاتی تحفظ ان کی کوششوں سے بہترین طور پر کیا جا سکتا ہے۔

(a) کاروباری لوگ (b) حکومت

(c) سائنس داں (d) تمام لوگ

6. موٹر گاڑیوں کے ذریعہ خارج کیا گیا کاربن مونو کسائڈ براہِ راست ۔۔۔۔۔۔ پیدا کرتا ہے۔

(a) آبی آلودگی (b) شوروغل کی آلودگی

(c) زمینی آلودگی (d) تمام طرح کی آلودگی

7. مندرجہ ذیل میں سے کون آلودگی کنٹرول کی ضرورت کی تشریح کرتی ہے۔

(a) لاگتوں کی بچت (b) ذمہ داری کے خطرہ میں کمی

(c) مضرصحت خطرات میں کمی (d) یہ تمام

8. مندرجہ ذیل میں کس میں سماج کی زیادہ سے زیادہ بھلائی کرنے کی اہلیت ہے۔

(a) کاروباری کامیابی (b) قوانین اور ضوابط

(c) اخلاقیات (d) پیشہ وارانہ انتظامیہ

9. اخلاقیات اہم ہیں

(a) اعلیٰ انتظامیہ کے لئے (b) درمیانی سطح کے منتظمین کے لئے

(c) غیر انتظامی ملازمین کے لئے (d) ان تمام کے لئے

10. ایک کاروباری ادارے میں مندرجہ ذیل میں سے کون مؤثر اخلاقیات پروگراموں کو یقینی بنا سکتا ہے۔

(a) ایک کوڈ (ضابطہ) کی اشاعت (b) ملازمین کی شمولیت

(c) تعلیمی میکانزم کا قیام (d) ان میں سے کوئی نہیں

مختصر جوابی سوالات:

1. کاروبار کی سماجی ذمہ داری سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ یہ قانونی ذمہ داری سے کس طرح مختلف ہے؟
2. ماحول سے کیا مراد ہے؟ ماحولیاتی آلودگی سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
3. کاروباری اخلاقیات سے کیا مراد ہے؟ کاروباری اخلاقیات کے بنیادی عناصر کا تذکرہ کیجئے۔
4. مختصراً وضاحت کیجئے (a) آبی آلودگی (b) فضائی آلودگی اور (c) زمینی آلودگی۔
5. کاروبار کی سماجی ذمہ داری کے اہم میدان کیا ہیں؟

طویل جوابی سوالات:

1. سماجی ذمہ داریوں کی موافقت اور مخالفت میں دیئے جانے والے دلائل بیان کیجئے۔
2. سماجی ذمہ داریوں کے تئیں کاروباری اداروں کی بڑھتی ہوئی فکر کے لئے ذمہ دار قوتوں کی تشریح کیجئے۔
3. کاروبار ایک سماجی ادارہ ہے نہ کہ محض ایک منافع کمانے کی سرگرمی۔ وضاحت کیجئے۔
4. اداروں کو آلودگی کنٹرول کرنے کے اقدامات کرنے کی ضرورت کیوں ہوتی ہے؟
5. ایک ادارہ آلودگی کے خطرے سے ماحول کو محفوظ رکھنے کے لئے کیا اقدامات کر سکتا ہے؟
6. کاروباری اخلاقیات کے مختلف عناصر کی وضاحت کیجئے۔

پراجیکٹ/تفویض

1. کلاس روم میں استعمال کے لئے اخلاقیات کا ایک ضابطہ (کوڈ) مرتب اور تحریر کیجئے۔ آپ کے دستاویز میں طلباء، اساتذہ اور پرنسپل کے لئے رہنما اصول شامل ہونے چاہئیں۔
2. اخبارات، رسالوں اور دیگر کاروباری حوالہ جات کا استعمال کر کے کم از کم تین کمپنیوں کی شناخت اور تشریح کیجئے جو آپ کے خیال میں سماجی طور پر ذمہ دار ہیں اور تین ایسی کمپنیوں کی شناخت اور تشریح کیجئے جو آپ کے خیال میں سماجی طور پر غیر ذمہ دار ہیں۔

حصۂ دوم

کارپوریٹ تنظیم
مالیات اور تجارت